

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penyelenggaraan kegiatan bimbingan dan konseling di sekolah merupakan pemberian layanan bantuan untuk peserta didik, baik secara perorangan maupun kelompok, agar mampu mandiri dan berkembang secara optimal dalam bidang bimbingan pribadi, sosial, belajar dan karier, melalui berbagai jenis layanan dan kegiatan pendukung berdasarkan norma-norma yang berlaku (Prayitno, 2001:167).

Di sisi lain, siswa atau peserta didik di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) umumnya adalah individu yang tengah mengalami masa remaja, suatu masa transisi atau masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Pada masa transisi ini individu tidak lagi disebut sebagai anak karena kondisi fisiknya sudah seperti orang dewasa, namun demikian remaja belum disebut sebagai orang dewasa karena pola perilakunya masih belum matang, cenderung masih kekanak-kanakan. Masa ini ditandai dengan kepesatan perkembangan aspek-aspek lainnya seperti aspek emosional, moral, sosial dan spiritual (Depdiknas, 2008:1).

Kita sadari bahwa siswa SMK setiap hari dihadapkan kepada situasi kehidupan yang menuntutnya berpikir, berpendapat, membuat keputusan dan bertindak. Disadari atau tidak, setiap pemikiran, keputusan, dan tindakan seseorang dikendalikan atau paling tidak dipengaruhi oleh keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang dianut oleh masing-masing individu. Kegiatan dan pengalaman siswa di kelas seringkali tidak relevan dengan tuntutan kehidupan nyata yang

terjadi di dalam masyarakat, baik mengenai keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang dianut oleh masing-masing individu. Begitu juga mengenai kemampuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berhubungan dengan teman sebaya, tokoh masyarakat, orang tua, orang yang belum dikenal dan lain-lain seringkali tidak diperolehnya di ruang kelas. Akibatnya, siswa dihadapkan pada situasi kehidupan penuh dengan hal-hal yang tidak menentu dan sering membingungkan dirinya, yang akhirnya mengalami berbagai masalah pada dirinya.

Dalam kenyataan di lapangan dari pengamatan penulis di SMK Negeri 3 Malang, ternyata tidak semua siswa mampu mengatasi kesulitan-kesulitan yang dialaminya, seperti kesulitan dalam belajar, kesulitan dalam mengerjakan tugas yang diberikan guru, kesulitan dalam bergaul dengan teman sebaya, kesulitan dalam berkomunikasi dan berbagai kesulitan lainnya yang bersifat individu. Hal ini bukan mereka tidak bisa, melainkan semata-mata hanya karena malas dan tidak ada motivasi untuk memecahkan kesulitan atau masalah pribadinya. Dalam kaitannya dengan kegiatan pembelajaran di kelas tampak sebagian siswa (25 siswa) bersenda gurau di antara mereka dan tidak memperhatikan guru saat menjelaskan pelajaran. Hal ini berarti mereka tidak memiliki minat dan motivasi belajar. Kenyataan ini diperkuat dari penjelasan guru walikelas tingkat 10 ybs. Untuk dapat menemukan jalan keluar dari masalah yang dihadapi tersebut perlu adanya bimbingan dari orang yang profesional dalam hal ini adalah guru bimbingan dan konseling (BK), atau disebut konselor.

Dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 27 Tahun 2008 tentang Standar Kualifikasi Akademik dan Kompetensi Konselor, disebutkan bahwa keberadaan konselor dalam sistem pendidikan nasional dinyatakan sebagai

salah satu kualifikasi pendidik, sejajar dengan kualifikasi guru, dosen, pamong belajar, tutor, widyaiswara, fasilitator, dan instruktur (Depdiknas, 2008:5).

Lebih lanjut dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa konteks tugas konselor berada dalam kawasan pelayanan yang bertujuan mengembangkan potensi dan memandirikan konseli dalam pengambilan keputusan dan pilihan untuk mewujudkan kehidupan yang produktif, sejahtera, dan peduli kemaslahatan umum. Pelayanan dimaksud adalah pelayanan bimbingan dan konseling. Konselor adalah pengampu pelayanan ahli bimbingan dan konseling, terutama dalam jalur pendidikan formal dan nonformal (Depdiknas, 2008:5). Oleh karena itu, untuk membantu pengembangan potensi dan kesulitan atau permasalahan siswa maka penyelenggaraan kegiatan pelayanan bimbingan dan konseling di sekolah sangat diperlukan.

Namun pada kenyataannya yang terjadi di SMK Negeri 3 Malang, dimana minat para siswa untuk memanfaatkan pelayanan bimbingan dan konseling (layanan BK) dapat dikatakan masih rendah atau kurang. Hanya beberapa siswa saja yang memanfaatkan pelayanan bimbingan dan konseling di sekolah. Mereka inipun memanfaatkan pelayanan BK karena bermasalah atau memiliki kasus berkaitan dengan pembelajaran di kelas, dan permasalahannya diserahkan oleh guru yang mengajar kepada guru bimbingan dan konseling (guru BK) untuk mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya. Kasus siswa yang paling menonjol adalah bolos sekolah, tidak mengikuti pelajaran di kelas, tidak mengerjakan tugas yang diberikan guru berkaitan dengan pelajaran, dan sering terlambat datang di sekolah.

Sekiranya siswa menyadari permasalahan yang dihadapi dan meyakini pelayanan BK yang diberikan guru pembimbing/BK sebagai salah satu cara yang dapat membantu menyelesaikan permasalahannya, mungkin siswa bersangkutan akan datang sendiri menemui guru BK untuk mendapatkan bantuan memecahkan masalahnya tanpa harus disuruh oleh guru yang mengajar untuk menemui guru BK. Hal ini menunjukkan bahwa mereka (konseli) maupun siswa yang lain belum memahami atau menyadari akan keberadaan dan peranan BK di sekolah. Kenyataan ini tentu perlu mendapatkan perhatian guru BK untuk melakukan tindakan berupa kegiatan layanan bimbingan belajar untuk menyadarkan siswa atau konseli tentang hakikat belajar dan prestasi belajar di sekolah, dengan demikian dapat menumbuhkan dan meningkatkan motivasi belajar mereka. Dengan semakin tumbuhnya dan meningkatnya minat dan motivasi belajar tentu diharapkan dapat memberikan dampak positif pada mereka dalam mengikuti proses pembelajaran atau pendidikan di sekolah.

Dari uraian di atas itulah, penulis merasa tertarik untuk melakukan kajian atau penelitian berkaitan dengan penerapan pola komunikasi persuasif guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa Tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Malang Semester Genap Tahun Pelajaran 2014/2015.

Adapun judul kajian atau penelitian dimaksud adalah “Penerapan Pola Komunikasi Persuasif Guru BK SMK dalam Menumbuhkan Motivasi Belajar Siswa” (Studi pada Siswa Tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Malang).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “bagaimanakah penerapan pola komunikasi persuasif guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa yang bermasalah tingkat X di jurusan akomodasi perhotelan SMK Negeri 3 Malang?”

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pola komunikasi persuasif dan model komunikasi yang digunakan guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa.

D. Signifikansi atau Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan signifikansi atau kegunaan bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Siswa, sebagai refleksi diri dalam upaya memahami hakikat belajar dan prestasi belajar di sekolah, sehingga dapat menumbuhkan motivasi belajar di sekolah. Dengan demikian dapat membantu dalam memecahkan masalah-masalah atau kesulitan yang berkaitan dengan kegiatan belajar dan membantu dalam menumbuhkan motivasi belajar sesuai dengan potensi yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan prestasi belajar.
2. Bagi guru BK, sebagai suatu alternatif pendekatan layanan pembelajaran bagi siswa yang mengalami permasalahan dalam proses belajar di sekolah sehingga dengan penerapan pendekatan komunikatif persuasif dapat menumbuhkan motivasi belajar siswa ke arah yang lebih baik.

3. Bagi Kepala Sekolah, dalam hal ini Kepala SMK Negeri 3 Malang, diharapkan sebagai bahan masukan dalam penyusunan program sekolah khususnya berkaitan dengan program bimbingan dan konseling (BK).
4. Bagi Peneliti lain, diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan rujukan atau referensi dalam rangka melakukan penelitian sejenis secara lebih mendalam dan komprehensif. Dengan demikian dapat menambah khasanah ilmu komunikasi dalam bidang pendidikan khususnya berkaitan dengan pentingnya komunikasi persuasif bagi guru bimbingan dan konseling (BK) maupun bagi kalangan pendidik atau sekolah, untuk kemajuan dan peningkatan mutu pendidikan dan kualitas kelulusan.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah dan mengingat keterbatasan yang ada pada peneliti baik dari segi waktu, tenaga, dan biaya, maka penelitian ini dibatasi dengan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini adalah penerapan pola komunikasi persuasif guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa.
2. Objek atau lokasi penelitian ini hanya di SMK Negeri 3 Malang tahun ajaran 2015/2016
3. Subjek penelitian ini adalah guru BK/konselor yang diberi tugas oleh Kepala Sekolah untuk mendampingi peneliti dan siswa/konseli yang mengalami kesulitan belajar dan motivasi belajar rendah pada tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Malang semester genap tahun pelajaran 2014/2015.

4. Penelitian ini hanya terbatas pada 25 siswa tingkat X akomodasi perhotelan SMK Negeri 3 Malang

F. Kajian Pustaka

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2002:5), dalam bukunya Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik, istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris '*communication*' dan bahasa latin '*communicatio*' yang berarti sama, sama disini adalah sama makna. Artinya, Tujuan dari komunikasi adalah untuk membuat persamaan antara '*lender*' atau pengirim pesan dan '*receiver*' atau penerima pesan. Keberhasilan komunikasi ditandai oleh adanya persamaan persepsi terhadap makna atau membangun makna (*construct meaning*) secara bersama pula.

Mulyana (2004:61) mendefinisikan komunikasi sebagai usaha untuk membangun kebersamaan pikiran tentang suatu makna atau pesan yang dianut secara bersama. Usaha manusia menyampaikan isi pertanyaan atau pesan kepada manusia lain. Sedangkan, menurut Michael Burqoon (dalam Mulyana, 2004:61), komunikasi adalah sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Dalam konteks ini komunikasi merupakan suatu tindakan yang disengaja (*intentional net*) untuk menyampaikan, pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu.

Senada dengan pendapatnya Michael Burqoon, seperti dikemukakan Carl I Hovland (dalam Effendy, 2002:10) bahwa komunikasi merupakan upaya yang sistematis untuk mengubah sikap atau perilaku orang lain (*Communication in the process*

by which an individual, the communicator, transmits stimulus/usually verbal symbols to modify, the behavior of other individual).

Sibarani (1992:89) menyatakan bahwa komunikasi merupakan penyampaian amanat atau pesan dari penyapa (penutur) kepada pesapa (petutur), melalui saluran berupa sistem tanda. Katz (1987:36) mengatakan komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti, baik yang berwujud informasi-informasi, pemikiran ataupun yang lain-lain dari penyampaian atau komunikator kepada penerima atau komunikan.

Komunikasi menurut Devito (1997:23) mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim atau menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Komunikasi yang efektif dalam kehidupan interpersonal ditandai oleh adanya kesamaan interpretasi pesan yang disampaikan antara pengirim dan penerima pesan. Jadi, kegiatan komunikasi yang dilakukan manusia karena adanya interaksi atau hubungan dengan manusia lain, yang biasa disebut dengan interaksi sosial. Jelasnya dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berinteraksi dengan manusia lainnya, baik secara individual maupun kelompok.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan komunikasi adalah proses pengiriman atau penyampaian pesan, baik secara verbal maupun non verbal, antara dua orang atau lebih atau dari komunikator kepada penerima atau komunikan secara tatap muka sehingga umpan balik berlangsung seketika.

b. Fungsi Komunikasi

Menurut Mulyana (2004:3) bahwa fungsi komunikasi bagi manusia adalah (1) komunikasi sosial, (2) komunikasi ekspresif, (3) komunikasi ritual, dan (4) komunikasi instrumental. Penjelasan fungsi-fungsi ini adalah sebagai berikut.

- 1) Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan untuk mencapai tujuan bersama.
- 2) Komunikasi ekspresif, erat kaitannya dengan komunikasi sosial yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal.
- 3) Komunikasi ritual, erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun (nyanyi *Happy Birthday* dan pemotongan kue), pertunangan (melamar, tukar

cincin), siraman, pernikahan (ijab qabul, sungkem kepada orang tua, sawer dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian.

- 4) Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka ke semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui.

Sedangkan menurut Dasrun Hidayat (2012:24) bahwa fungsi komunikasi, yaitu (1) pembentukan konsep diri, (2) pernyataan eksistensi diri, dan (3) untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Fungsi-fungsi diuraikan sebagai berikut.

- 1) Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia ... dengan demikian komunikasi sangat berperan penting dalam mengetahui siapa diri kita dan bagaimana tanggapan orang lain tentang kita. Konsep diri tidak bisa dibangun tanpa adanya komunikasi atau membuka hubungan dengan orang lain. Tetapi sebaliknya, konsep diri harus disertai oleh upaya yang serius untuk mengenali siapa sebenarnya diri (*self*) atau istilah lainnya adalah “*who am I*” atau siapa saya.

- 2) Pernyataan eksistensi diri. Agar orang lain mengakui kita atau kita merasa eksis, maka langkah pertama dan utama adalah komunikasi. Orang berkomunikasi tujuannya adalah untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Dengan berkomunikasi, kita ingin mengatakan dan memperlihatkan kepada orang lain bahwa “saya” ada dan bisa. Eksistensi ini bertujuan agar orang lain mengetahui dan mengakui keberadaannya.
- 3) Kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Manusia tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup, maka perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis seperti makan dan minum serta memenuhi kebutuhan psikologis, seperti sukses, dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniyah adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah dan mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial secara hiburan. Komunikasi dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan.

Dari pendapat para ahli tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi komunikasi bagi manusia pada dasarnya adalah fungsi sosial dalam upaya membangun hubungan antar individu atau pribadi maupun sekelompok orang melalui komunikasi baik secara verbal ataupun nonverbal. Melalui komunikasi

seseorang dapat membentuk konsep diri, menunjukkan eksistensi diri, menjalin dan mengembangkan hubungan serta mengubah sikap dan perilaku orang lain. Dengan kata lain, fungsi komunikasi adalah suatu kebutuhan manusia dalam hubungan interpersonal atau antar pribadi.

c. Komponen atau Unsur Penting dalam Komunikasi

Menurut Dasrun Hidayat (2012:2), setidaknya ada lima komponen atau unsur penting dalam komunikasi yang harus kita perhatikan yaitu: pengirim pesan (*sender*), pesan yang dikirimkan (*message*), bagaimana pesan tersebut dikirimkan (*delivery channel* atau *media*), penerima pesan (*receiver*) dan umpan balik (*feedback*).

Dalam berkomunikasi, agar tercipta hubungan yang baik maka komunikator sebagai penyampai pesan harus menyampaikan maksud dari pesan yang disampaikan itu dengan baik, yang kemudian diterima, dimengerti, dan selanjutnya ditanggapi oleh komunikan. Tanggapan atau reaksi dari komunikan ini penting karena merupakan umpan balik (*feedback*) yang menunjukkan bagaimana pesan itu diterima oleh komunikan.

Para pakar komunikasi mengemukakan (Hidayat, 2012:2) bahwa pengaruh komunikasi tidak semata-mata merupakan respon langsung dan berdiri sendiri dari penerima (khalayak), melainkan melalui langkah-langkah yang agak rumit dan panjang dengan melibatkan orang lain yang terpercaya dan diasumsikan dapat mempengaruhi keputusan penerima komunikasi. Sementara itu, dari segi pesan, komunikasi dapat berlangsung secara efektif apabila pesan tersebut dapat menimbulkan daya tarik bagi khalayak. Untuk itu, harus diperhatikan struktur pesan dan gaya penyampaian pesan komunikasi. Struktur pesan berhubungan dengan

sistematika dalam menyampaikan pesan, sedangkan gaya pesan adalah bagaimana taktik atau strategi dalam menghadapi khalayak yang harus disesuaikan dengan kondisi khalayak, baik secara psikologis dan fisik pada saat komunikasi berlangsung.

Untuk menciptakan komunikasi yang baik, maka menurut Dasrun Hidayat (2012:3) diperlukan beberapa cara dalam mengemas pesan yang harus diperhatikan oleh komunikator, yaitu:

- 1) Berusaha benar-benar mengerti orang lain. Ini adalah dasar dari apa yang disebut *emphatetic communication* (komunikasi empatik). Biasanya “berkomunikasi” dalam salah satu dari empat tingkat, yaitu dalam berkomunikasi mungkin mengabaikan orang itu dengan tidak serius membangun hubungan yang baik, mungkin berpura-pura, mungkin secara selektif berkomunikasi pada saat kita memerlukannya atau kita membangun komunikasi yang atentif (penuh perhatian), tetapi tidak benar-benar berasal dari dalam diri kita. Bentuk komunikasi tertinggi adalah komunikasi empatik, yaitu melakukan komunikasi untuk terlebih dahulu mengerti orang lain memahami karakter dan maksud/tujuan atau peran orang lain.
- 2) Kebaikan dan sopan santun yang sering dianggap sebagai sikap atau perilaku yang sederhana, tetapi hal ini sangat penting dalam suatu hubungan, karena hal-hal yang kecil adalah hal-hal yang besar dalam membangun hubungan komunikasi.
- 3) Mengembangkan komunikasi yang efektif adalah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Rasa hormat dan

saling menghargai merupakan hukum yang pertama dalam kita berkomunikasi dengan orang lain.

- 4) Empati (*empathy*) adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu, prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dahulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain. Rasa empati akan memungkinkan kita untuk dapat menyampaikan pesan (*message*) dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan (*receiver*) menerimanya. Jadi, sebelum kita membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, kita perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan kita. Empati bisa juga berarti kemampuan untuk mendengar dan bersikap perseptif atau siap menerima masukan ataupun umpan balik apapun dengan sikap yang positif.
- 5) *Audible*, makna dari *audible* antara lain dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka *audible* berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan.
- 6) *Clarity*. Selain bahwa pesan harus dapat dimengerti dengan baik, unsur ke empat yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Kesalahan penafsiran atau pesan dapat menimbulkan berbagai dampak yang tidak sederhana. *Clarity* dapat pula berarti keterbukaan atau transparansi.
- 7) *Humble*. Membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa

menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki. Sikap rendah hati, pada intinya antara lain: sikap yang penuh melayani, sikap menghargai, mau mendengar dan menerima kritik, tidak sombong dan tidak memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi yang efektif sangat tergantung dari kemampuan pengirim pesan (*sender*) atau komunitas dalam mengemas pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan (*receiver*), seperti kemampuan empati terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi orang lain dalam hal ini penerima pesan (*receiver*), pesan yang disampaikan komunikator dapat dipahami dan dimengerti (*audible*) oleh penerima pesan, pesan yang dikirim harus dapat dimengerti atau kejelasan dari pesan itu sendiri (*clarity*), dan menunjukkan sikap rendah hati (*humble*) untuk membangun rasa menghargai orang lain atau penerima pesan.

Dengan demikian, komunikasi yang dibangun didasarkan pada komponen atau unsur-unsur penting dalam komunikasi tersebut, maka komunikasi berlangsung secara efektif. Pada akhirnya, tujuan komunikasi yang dilakukan akan tercapai sesuai dengan yang diharapkan, yaitu keinginan untuk mengubah sikap atau perilaku orang lain atau penerima pesan.

d. Karakteristik Keterampilan Komunikasi

Menurut Johnson (dalam Supraktiknya, 1995:11) keterampilan komunikasi yang dimaksud adalah:

- 1) Kemampuan menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain. Kemampuan pikiran artinya yaitu dapat mengungkapkan perasaan ide atau pendapatnya kepada orang lain.
- 2) Kemampuan memahami orang lain. Secara rinci kemampuan ini mencakup beberapa sub kemampuan, yaitu (a) ada rasa saling percaya antara komunikator dengan komunikan yang ditunjukkan dengan menyatakan penerimaan atas pernyataan yang diungkapkan orang lain. Berempati atas keadaan yang dialami orang lain dan dapat menerima orang lain dengan apa adanya, (b) membuka diri. Saling mengungkapkan tanggapan atas situasi yang sedang dihadapi termasuk kata-kata dan perbuatan yang dilakukan lawan komunikasi, (c) untuk dapat saling membuka diri kepada orang lain, sebelumnya seseorang harus menginsafi diri sendiri, menyadari perasaan atau tanggapan-tanggapan batin, yang ditunjukkan dengan mengungkapkan kekurangan dan kelebihan seseorang pada orang lain yang percaya.
- 3) Kemampuan memberikan dukungan kepada orang lain. Seseorang harus dapat memberikan tanggapan dengan penuh pemahaman kepada lawan komunikasinya, artinya yaitu memberikan dukungan verbal dan non verbal, mendengarkan dengan penuh perhatian, menunjukkan rasa simpati dan memberi saran untuk membantu menemukan pemecahan yang konstruktif terhadap masalah yang sedang dihadapinya.

Menurut Devito (1997:69), kemampuan mengungkapkan diri adalah suatu bentuk komunikasi dimana informasi tentang diri biasanya disembunyikan dikomunikasikan kepada orang lain, biasanya melibatkan satu orang lain. Umumnya orang mengungkapkan masalah-masalah pribadinya kepada orang lain yang dipercayainya dan bila orang lain itu juga mengungkapkan dirinya.

Pengungkapan diri dapat meningkatkan peluang untuk membina hubungan yang bermakna dengan orang lain.

Dalam berkomunikasi terdapat tiga hal yang patut diketahui agar komunikasi dapat efektif, yaitu:

- 1) Dalam berkomunikasi, kita hendaknya mempunyai keterampilan untuk menyampaikan atau keterampilan berbicara dan menulis.
- 2) Dalam komunikasi, keterampilan yang tidak kalah penting adalah keterampilan menerima yaitu mendengarkan informasi yang kita peroleh jelas dan umpan balik yang kita berikan tepat sasaran.
- 3) Komunikasi tidak selalu monoton berbicara, tetapi juga memperhatikan komunikasi yang bersifat non verbal.

Keterampilan komunikasi mutlak diperlukan untuk membantu manusia bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Keterampilan komunikasi sendiri diartikan sebagai suatu proses atau hubungan timbal balik untuk berbagai informasi dan pengalaman antar manusia yang ditujukan untuk menumbuhkan interaksi sosial yang efektif. Atau dengan kata lain, keterampilan komunikasi adalah keahlian atau kemampuan individu dalam menyampaikan amanat (pesan), baik yang bersifat verbal, non verbal, paralinguistik isyarat.

Dalam kehidupan manusia, informasi mempunyai peranan yang sangat penting, 90% kegiatan manusia dilakukan dengan berkomunikasi untuk memperoleh informasi. Dalam berkomunikasi sebenarnya terjadi proses penyesuaian diri manusia dengan situasinya, sebagaimana juga untuk mengatasi keadaan, karena itulah maka manusia berkomunikasi. Menurut Norbert (dalam Hanafi, 1987:73), proses penyesuaian adalah penggunaan kegiatan berkomunikasi, dalam arti menggunakan

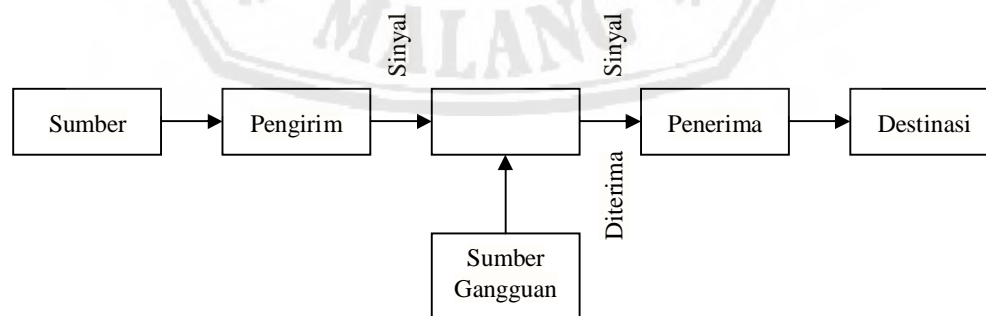
dan menerima informasi. Jadi, untuk dapat hidup efektif manusia terus hidup dengan cukup informasi. Dengan demikian, komunikasi merupakan bagian hakiki bagi hidup manusia sebagaimana manusia juga merupakan bagian dari masyarakat.

2. Model atau Pola Komunikasi

Berdasarkan kajian teori ada sejumlah model atau pola proses komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi seperti: (a) model komunikasi Shannon dan Weaver; (b) model Gerbner; (c) model Lasswell; (d) model Newcomb; (e) model Westley dan Maclean; dan (f) model Jakobson.

a. Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model dasar Shannon dan Weaver tentang komunikasi, mereka menampilkan komunikasi sebagai proses linier yang sederhana. Model ini secara umum mudah dipahami pada pandangan pertama. Karakteristik sederhana dan searah sangat jelas terlihat. Model komunikasi Shannon dan Weaver dapat ditampilkan seperti pada Gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Model Komunikasi Shannon dan Weaver (Fiske, 2012:10)

Shanon dan Weaver mengidentifikasi tiga tingkatan permasalahan didalam ilmu komunikasi. Permasalahan-permasalahan tersebut adalah:

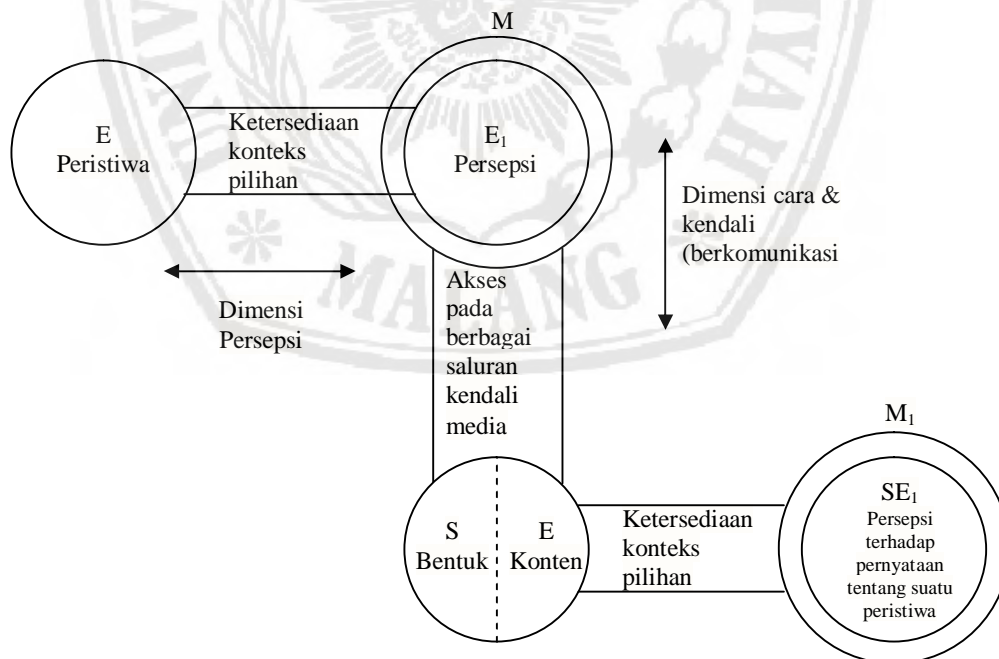
- Tingkat A : Seberapa akurat sebuah simbol dapat
(permasalahan teknis) mentransmisikan komunikasi?
- Tingkat B : Seberapa tepat simbol yang ditransmisikan
menyampaikan makna yang diinginkan?
- Tingkat C : Seberapa efektif makna yang diterima
(permasalahan keefektifan) mempengaruhi perilaku seperti yang diinginkan?

Permasalahan teknis pada tingkat A adalah yang paling mudah dipahami dan merupakan asal mula pengembangan model sebagai upaya menjelaskan proses komunikasi. Shannon dan Weaver beranggapan bahwa makna itu berada di dalam pesan, oleh sebab itu memperbaiki pengiriman pesan akan meningkatkan akurasi semantik. Mereka menyatakan bahwa tiga tingkatan tersebut tidak benar-benar terpisah satu sama lain, namun saling berhubungan dan saling bergantung dan model teoritis mereka meskipun awal mulanya dari tingkat A, bekerja cukup baik pada semua tingkatan. Inti dari mempelajari komunikasi pada masing-masing dan ketiga tingkatan tersebut adalah untuk memahami bagaimana kita meningkatkan akurasi dan efisiensi dari proses komunikasi.

b. Model Komunikasi Gerbner

Gerbner (Fiske, 2012:39) juga menyatakan bahwa model komunikasi darinya dapat diterapkan secara umum (universal). Model ini dapat menjelaskan semua contoh komunikasi dan secara khusus memberikan perhatian pada elemen-elemen kunci yang sama pada setiap dan semua tindakan komunikasi.

Model komunikasi dari Gerbner lebih kompleks dibandingkan model dari Shannon dan Weaver, namun masih menggunakan kerangka model proses Weaver, namun masih menggunakan kerangka model proses linier. Menurut John Fiske (2012:40) bahwa kelebihan model Gerbner dibandingkan milik Shannon dan Weaver ada dua, yaitu modelnya menghubungkan pesan dengan realitas dan konteks (*about*), sehingga membuat kita bisa mendekati pertanyaan mengenai persepsi dan makna, dan model ini memandang proses komunikasi terdiri dari dua dimensi berbeda, yaitu dimensi persepsi atau penerimaan dan dimensi komunikasi atau alat dan kontrol. Elemen-elemen utama model komunikasi Gerbner seperti pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Model Komunikasi Gerbner (Fiske, 2012:10)

Model komunikasi Gerbner pada Gambar 1.2 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pada dimensi horizontal, proses dimulai dengan sebuah peristiwa E, sesuatu didalam realitas eksternal yang diterima oleh M (dan M bisa manusia atau sebuah mesin seperti kamera atau mikrofon). Persepsi M terhadap E adalah persepsi E_1 . Hal tersebut merupakan dimensi perseptual pada awal proses. Hubungan antara E dan E_1 melibatkan seleksi dimana M tidak mungkin dapat menerima keseluruhan kompleksitas dari E. Jika M adalah sebuah mesin, seleksi ditentukan oleh kerja mesin dan kapasitas fisiknya. Jika M adalah manusia, seleksinya bersifat lebih kompleks. Persepsi manusia bukanlah merupakan resepsi/proses penerimaan yang sederhana dari stimulus, namun sebuah proses interaksi atau negosiasi. Ketika kesesuaian telah terjadi, berarti kita telah menerima sesuatu dan kita memberinya makna. Jadi makna dalam konteks ini muncul dari kesesuaian atas stimulus eksternal dengan konsep-konsep internal. Kegagalan untuk melihat makna dari apa yang kita terima menempatkan kita pada posisi disorientasi. Penyesuaian yang terjadi (antara stimulus eksternal dengan pola-pola internal) dikendalikan oleh budaya yang kita miliki, dimana konsep dan pola internal dari pemikiran kita telah berkembang sebagai hasil dari pengalaman budaya. Artinya, orang dari budaya yang berbeda akan mempersepsi realitas secara berbeda. Jadi persepsi bukan hanya sekadar sebuah proses psikologis didalam diri individu, persepsi juga merupakan sebuah permasalahan budaya.

Pada dimensi vertikal, tahap ini terjadi ketika yang dipersepsi E_1 dikonversi menjadi sebuah sinyal mengenai E, atau jika menggunakan kode dari Gerbner, SE. Kode tersebut mewakili apa yang biasanya disebut sebagai sebuah

pesan, atau merupakan sinyal atau pernyataan mengenai peristiwa. Lingkaran yang mewakili pesan terbagi menjadi dua: S mengacu pesan sebagai sebuah sinyal, bentuk/wujud dari pesan, dan E mengacu pada isi dari pesan. Jelas terlihat bahwa isi dari pesan E dapat dikomunikasikan dengan berbagai cara terhadap sejumlah S potensial yang bisa dipilih. Menemukan S yang terbaik untuk E yang telah ditentukan adalah salah satu fokus penting dari komunikator. Penting untuk diingat bahwa SE adalah sebuah konsep yang menyatu, bukan dua area terpisah yang kemudian disatukan, jadi S yang dipilih akan mempengaruhi presentasi dari E-hubungan antara bentuk dan isi bersifat dinamis dan interaktif. Isi tidak hanya dikirimkan oleh bentuk, seperti yang secara sinis diungkapkan oleh Richards sebagai ‘paket teori komunikasi vulgar’ (dalam Fiske, 2012:42).

Richard menggunakan kalimat yang penuh warna tersebut untuk menyatakan ketidaksetujuannya terhadap beberapa teori komunikasi. Bagi Richards, model dari Shannon dan Weaver mengimplikasikan bahwa terhadap inti pesan bersifat independen. Inti pesan tersebut kemudian dikirimkan; inti pesan tersebut dibungkus dengan bahasa seperti sebuah bingkisan/parsel untuk keperluan transmisi/pengiriman. Penerima kemudian menerima pesan, atau membuka bungkus paket dan menemukan inti pesan, atau membuka bungkus paket dan menemukan inti pesan. Kesalahan model ini menurut Richards (dalam Fiske, 2012:43) adalah ide bahwa pesan bisa ada sebelum diartikulasikan atau dikirimkan. Artikulasi adalah sebuah proses kreatif; sebelum proses itu terjadi yang ada hanya keinginan/niatan, kebutuhan untuk mengartikulasikan, bukan sebuah ide atau isi yang sudah ada sebelumnya kemudian baru (harus) dikirimkan. Dengan kata lain, tidak akan ada isi sebelum ada bentuk, dan upaya untuk

menemukan perbedaan antara bentuk dan isi itu sendiri merupakan praktik yang sangat meragukan.

Pada dimensi vertikal atau komunikasi, seperti halnya pada dimensi horizontal seleksi adalah hal yang penting. Seleksi pertama adalah pemilihan alat-medium dan saluran komunikasi. Kemudian seleksi didalam persepsi E_1 , seperti halnya E_1 yang tidak mungkin bisa menjadi respons yang lengkap dan menyeluruh terhadap E , demikian pula sinyal mengenai E_1 tidak akan bisa mencapai tingkatan yang lengkap dan menyeluruh. Seleksi dan distorsi pasti terjadi.

c. Model Komunikasi Lasswell

Model komunikasi Lasswell pemikirannya lebih spesifik pada konteks komunikasi massa. Dia beargumen bahwa untuk memahami proses komunikasi massa, maka perlu untuk mempelajari masing-masing tahap dari model komunikasi Lasswell (Fiske, 2012:49), yaitu:

- Siapa?
- Berkata apa?
- Melalui saluran apa?
- Untuk siapa?
- Dengan efek seperti apa?

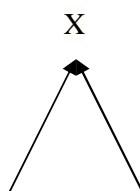
Menurut John Fiske (2012:50) bahwa model komunikasi Lasswell ini adalah versi verbal dari Model awal Shannon dan Weaver. Model ini masih linier; melihat komunikasi sebagai transmisi pesan; memunculkan 'efek' bukan makna. Efek menunjukkan sebuah perubahan yang dapat diamati dan diukur dari penerima yang disebabkan oleh elemen-elemen dari proses komunikasi yang bisa

diidentifikasi. Perubahan satu dari elemen tersebut akan mengubah efek; kita bisa mengubah pengirim, kita bisa mengubah pesan, kita bisa mengubah saluran; perubahan dari masing-masing elemen tersebut akan menciptakan perubahan yang sesuai terhadap efek. Secara implisit sebagian besar dari riset komunikasi massa mengikuti model ini. Kerja dari institusi dan proses-proses didalamnya, pelaku (prosedur) komunikasi, audiens dan bagaimana audiens dipengaruhi, jelas berasal dari sebuah model yang berdasar pada proses linier.

d. Model Komunikasi Newcomb

Model komunikasi Newcomb adalah sebuah bentuk model komunikasi fundamental yang berbeda, yaitu bentuk segitiga (lihat Gambar 1.3). Namun demikian, signifikansi utama dari model tersebut berada pada kenyataan bahwa ini adalah model komunikasi pertama yang memperkenalkan peran komunikasi didalam sebuah masyarakat atau sebuah hubungan sosial. Bagi Newcomb peran tersebut adalah sederhana yaitu menjaga keseimbangan didalam sistem sosial (Fiske, 2012:50).

Cara model tersebut bekerja adalah seperti ini, A dan B adalah komunikator dan penerima, mereka bisa merupakan individu-individu, atau manajemen dan serikat kerja, ataupun pemerintah dan masyarakat X adalah bagian dari lingkungan sosial mereka. ABX adalah sebuah sistem, yang berarti hubungan internal yang terjadi adalah saling bergantung; jika A berubah, B dan X akan berubah juga; atau jika A mengubah hubungannya dengan X, B juga harus mengubah hubungannya dengan X ataupun dengan A. Ilustrasi skematik dari sistem ABX minimal model komunikasi Newcomb tersebut seperti disajikan pada Gambar 1.3 berikut ini.



Gambar 1.3 Model Skematik dari Sistem ABX Minimal (Fiske, 2012:51)

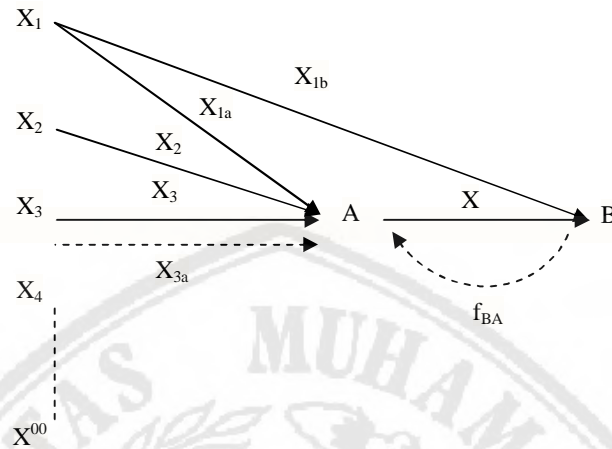
Catatan:

- 1) Orientasi A terhadap X, termasuk sikap terhadap X sebagai obyek yang harus didekati atau dijaui (dikarakteristikan oleh tanda dan intensitas) dan atribut-atribut kognitif (kepercayaan dan struktur kognitif).
- 2) Orientasi A terhadap B, memiliki arti yang sama (untuk menghindari istilah-istilah yang membingungkan, kita sebaiknya membicarakan ketertarikan negatif atau positif kepada A atau B sebagai individu (manusia), dan sikap mendukung atau tidak mendukung terhadap X.
- 3) Orientasi B terhadap X
- 4) Orientasi B terhadap A

e. Model Komunikasi Westley dan Maclean

Model komunikasi Westley dan Maclean merupakan perluasan dari model komunikasi Newcomb. Mereka mengadopsi model tersebut terutama untuk membahas media massa. Jelas bahwa akar dari model Westley dan Maclean adalah model ABX dari Newcomb, namun Westley dan Maclean telah membuat

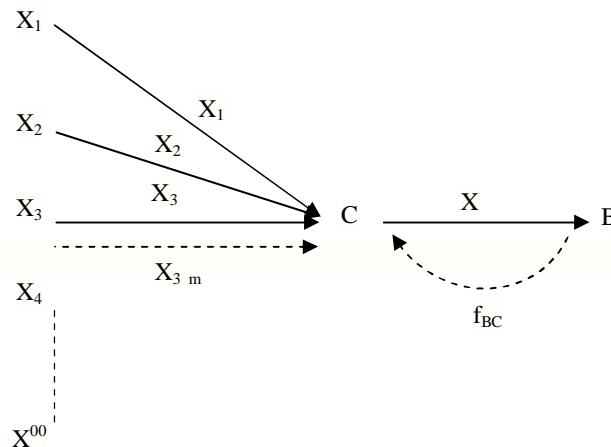
dua perubahan mendasar (Fiske, 2012:53-54) seperti disajikan pada Gambar 1.4 dan Gambar 1.5 berikut.



Gambar 1.4 Model Komunikasi Dasar (Fiske, 2012:53)

Catatan:

Sejumlah X_s telah dipilih dan diabstraksikan oleh komunikator A dan dikirimkan sebagai pesan (X') ke B, yang bisa mencakup atau tidak mencakup semua bagian dari keseluruhan X^S yang ada didalam arena sensori yang dimiliki oleh B (X_{ib}), baik secara disengaja maupun tidak B mengirimkan *feedback* (f_{ba}) ke A.



Gambar 1.5 Penambahan Fungsi Editorial (Fiske, 2012:54)

Catatan:

Apa yang X_s B terima mungkin dipilih karena transmisi dari enkoder non-purposif (C), bertindak untuk B, sehingga memperluas lingkungan B. Pilihan (diperlukan sebagian pada umpan balik (f_{BC}) dari B.

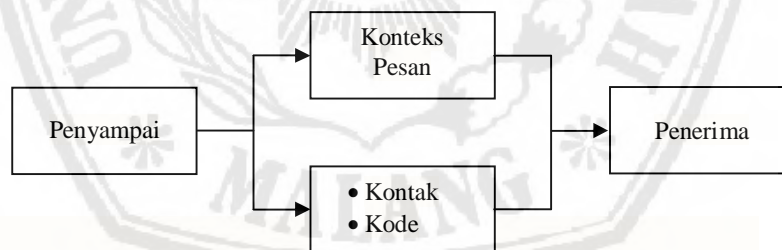
Menurut John Fiske (2012:54) bahwa Westley dan Maclean memperkenalkan sebuah elemen baru, C yang memiliki fungsi komunikasi editorial, yaitu merupakan proses untuk menentukan apa dan bagaimana komunikasi dilakukan. Mereka juga mulai menarik model segitiga sehingga terlihat kembali seperti bentuk linier yang kita kenal sebagai model awal yang berpusat pada proses komunikasi. X sekarang lebih dekat dengan A daripada B, dan panah-panahnya hanya satu arah. A menjadi lebih mirip dengan sumber informasi/pengirim (*encoder*) dalam model Shannon dan Weaver, dan C memiliki beberapa elemen dari transmitter. Pemecahan dari X dilakukan untuk menunjukkan pada dasarnya X beragam, meskipun kurang signifikan namun merupakan modifikasi yang berguna.

f. Model Komunikasi Jakobson

Model komunikasi Jakobson memiliki dua bagian. Jakobson memulai dengan membuat model faktor-faktor konstitutif (esensial) didalam sebuah tindakan komunikasi. Terdapat enam faktor yang harus ada agar komunikasi bisa terjadi.

Jakobson kemudian membuat model mengenai fungsi-fungsi yang dilakukan oleh masing-masing faktor didalam tindak komunikasi (Fiske, 2012:56).

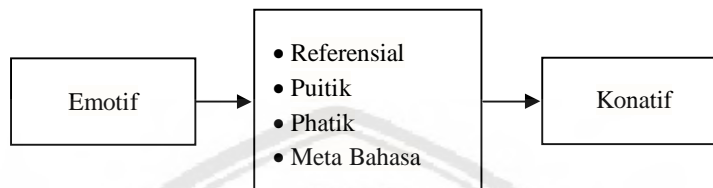
Menurut John Fiske (2012:57), bahwa Jakobson memulai dengan sebuah dasar model linier yang sudah dikenal. Seorang penyampai mengirim sebuah pesan kepada penerima. Jakobson menyadari bahwa pesan tersebut harus mengacu pada sesuatu di luar pesan itu sendiri, ia menyebutnya sebagai konteks. Hal ini merujuk pada titik ketiga didalam model segitiga dimana dua titik yang lain adalah penyampai dan penerima. Sejauh ini model dari Jakobson sudah sangat mudah dikenali. Dia kemudian menambah dua faktor yang lain yaitu: pertama, adalah kontek, yang merupakan saluran yang bersifat fisik dan hubungan-hubungan psikologis antara penyampai dan penerima. Faktor tambahan, kedua adalah kode, sebuah sistem makna miliki bersama yang digunakan untuk menstrukturkan pesan. Visualisasi dari model komunikasi Jakobson seperti disajikan pada Gambar 1.6 berikut.



Gambar 1.6 Faktor-faktor Pokok Komunikasi Model Jakobson (Fiske, 2012:57)

Jakobson berargumen bahwa masing-masing faktor komunikasi pada Gambar 1.6 tersebut memunculkan fungsi yang berbeda dari bahasa dan didalam setiap tindak komunikasi kita dapat menemukan sebuah hierarkhi dari fungsi-fungsi tersebut. Kemudian jakobson membuat sebuah model komunikasi dengan struktur

yang sama dengan model sebelumnya untuk menjelaskan enam fungsi komunikasi (masing-masing fungsi menempati tempat yang sama dengan faktor yang diacunya). Model komunikasi Jakobson yang dikembangkan ini seperti disajikan pada Gambar 1.7 berikut.



Gambar 1.7 Fungsi-fungsi Komunikasi (Fiske, 2012:57)

John Fiske (2012:58) menjelaskan, yaitu fungsi emotif menggambarkan hubungan antara pesan dengan penyampai, kita sering menggunakan kata 'ekspresif' untuk mengacu kepada fungsi ini. Pesan yang dimiliki oleh fungsi emotif adalah untuk mengomunikasikan emosi, sikap, status dari penyampai. Semua elemen itu membuat pesan memiliki sifat personal yang unik. Pada sisi yang lain dari proses adalah fungsi konatif. Fungsi ini mengacu pada efek pesan pada penerima. Fungsi referensial orientasi realitas dari pesan. Fungsi ini jelas menjadi prioritas utama pada komunikasi yang faktual dan obyektif. Komunikasi pada fungsi ini fokus pada kebenaran atau akurat secara faktual. Ketiga fungsi tersebut (emotif, konatif, referensial) sangat jelas merupakan fungsi-fungsi logis yang bekerja pada tingkatan-tingkatan berbeda dari semua tindak komunikasi dan mereka terkait cukup dekat dengan model A, B, dan X dari Newcomb.

Tiga fungsi selanjutnya pada awalnya mungkin memunculkan kesan kurang dikenal dibanding tiga fungsi yang telah diterangkan sebelumnya, meskipun salah

satunya, *phatic*, telah didiskusikan sebelumnya dengan menggunakan istilah berbeda. Fungsi dari *phatic* adalah untuk menjaga agar saluran-saluran komunikasi tetap terbuka, sehingga bisa menjaga tetap berlangsungnya hubungan antara penyampai dan penerima menjamin berlangsungnya komunikasi. *Phatic* berorientasi kepada faktor-faktor kontak, hubungan-hubungan fisik dan psikologis yang harus ada. Dengan kata lain, *phatic* dijalankan oleh elemen-elemen pesan yang *redundant* (berulang/dapat diprediksi). Fungsi kedua dari *redundancy* adalah *phatic*.

Fungsi meta bahasa (metalingual) adalah mengidentifikasi kode yang digunakan. Semua pesan-pesan harus memiliki fungsi meta bahasa baik secara eksplisit maupun implisit. Pesan-pesan tersebut harus mengidentifikasikan kode yang mereka gunakan didalam berbagai cara. Fungsi terakhir adalah puitik (*poetic*). Fungsi ini merupakan hubungan antara pesan dengan pesan itu sendiri. Pada komunikasi estetik, fungsi ini jelas paling penting (Fiske, 2012:59).

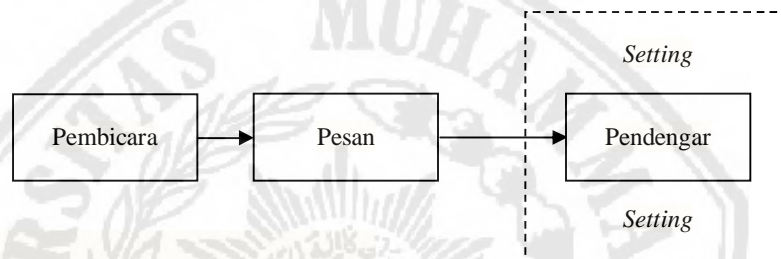
Sejumlah model atau pola komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi tersebut memandang komunikasi sebagai sebuah proses dan menggambarkan sifat dasar serta tujuan dari pembuatan model. Selain model-model komunikasi yang telah dikemukakan di atas, masih terdapat sejumlah model komunikasi yang telah dibuat oleh para ahli komunikasi. Melengkapi sejumlah model komunikasi yang telah dikemukakan tersebut, penulis akan menambahkan beberapa model komunikasi, khususnya yang relevan dengan penelitian ini. Model komunikasi dimaksud, yaitu model komunikasi Aristoteles dan model Berlo.

g. Model Komunikasi Aristoteles

Model komunikasi Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering disebut model retorik (*rhetorical* model). Filosof Yunani Aristoteles adalah

tokoh paling dini yang mengkaji komunikasi, yang intinya adalah persuasi. Ia berjasa dalam merumuskan model komunikasi verbal pertama. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka (Mulyana, 2004:134).

Menurut Deddy Mulyana (2004:135), tepatnya, Aristoteles mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*). Model komunikasi Aristoteles dapat disajikan seperti pada Gambar 1.8 berikut.



Gambar 1.8 Model Komunikasi Aristoteles (Mulyana, 2004:135)

Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik yang kini lebih dikenal dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato. Semua bentuk komunikasi publik melibatkan persuasi. Aristoteles tertarik menelaah sarana persuasi yang paling efektif dalam pidato.

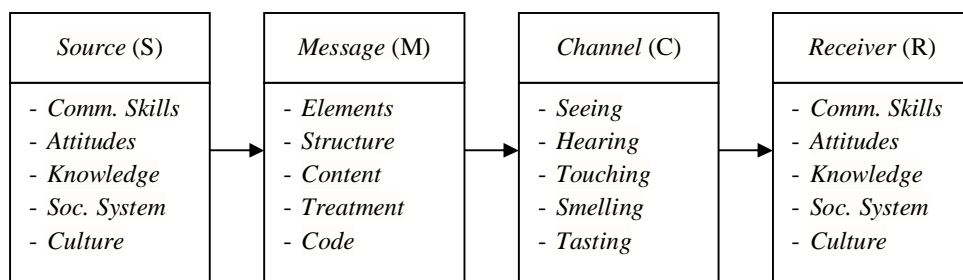
Menurut Aristoteles (Mulyana, 2004:135), persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (*etos*-keterpercayaan anda), argumen anda (*logos*-logika dalam pendapat anda), dan dengan memainkan emosi khalayak (*pathos*-emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi: isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu ke dalam suatu keadaan emosi. Di samping

itu, model komunikasi ini juga berfokus pada komunikasi yang bertujuan (disengaja) yang terjadi ketika seseorang berusaha membujuk orang lain untuk menerima pendapatnya.

h. Model Komunikasi Berlo

Sebuah model lain yang dikenal luas adalah model David K. Berlo yang dikenal dengan model SMCR, kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (Penerima). Sebagaimana dikemukakan Berlo (dalam Mulyana, 2004:150), sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam suatu kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat. Saluran adalah medium yang membawa pesan, dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Menurut model Berlo (Mulyana, 2004:150), sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh faktor-faktor, yaitu: keterampilan, komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya. Pesan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, perlakuan, dan kode. Salurannya berhubungan dengan panca indra, yaitu: melihat, mendengar, menyentuh, membaui, dan merasai (mencicipi). Model ini lebih bersifat organisasional alih-alih mendeskripsikan proses karena tidak menjelaskan umpan balik. Salah satu kelebihan model Berlo adalah bahwa model ini tidak terbatas pada komunikasi massa, namun juga komunikasi antar pribadi dan berbagai bentuk komunikasi tertulis. Model komunikasi Berlo dapat disajikan seperti pada Gambar 1.9 berikut.



Gambar 1.9 Model Komunikasi Berlo (Mulyana, 2004:151)

Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Hidayat, 2012:36) menguraikan ada tiga model dalam komunikasi, yaitu:

- 1) Model komunikasi linier (*one-way communication*), dalam model ini komunikator memberikan suatu stimuli dan komunikan melakukan respon yang diharapkan tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Komunikasinya bersifat monolog.
- 2) Model komunikasi interaksional. Sebagai kelanjutan dari model yang pertama, pada tahap ini sudah terjadi *feedback* atau umpan balik. Komunikasi yang berlangsung bersifat dua arah dan ada dialog, dimana setiap partisipan memiliki peran ganda, dalam arti pada suatu saat bertindak sebagai komunikator, pada saat yang lain bertindak sebagai komunikan. Komunikasi yang terjadi secara tatap muka (*face to face*). Komunikasi berbentuk verbal atau bahasa atau kata-kata, gerakan-gerakan yang berarti khusus, dan penggunaan isyarat. Proses *feedback* dan efek pun pada bentuk komunikasi ini dapat diterima secara langsung pula. Komunikasi langsung biasanya terjadi spontanitas, tidak terstruktur dan sering berakhir pada perubahan sikap atau perilaku. Misalnya, proses komunikasi pada perkuliahan, komunikasi antara orang tua dan anak di rumah, dan lainnya.
- 3) Model komunikasi transaksional. Dalam model ini, komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan (*relationship*) antara dua orang atau lebih.

Pandangan ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif. Tidak ada satupun yang tidak dapat dikomunikasikan. Apabila dalam sebuah organisasi tidak ada komunikasi maka bisa dipastikan organisasi tersebut berada dalam keadaan statis.

Dari berbagai model komunikasi yang dibuat atau dirancang oleh para ahli komunikasi sebagaimana telah diuraikan di atas, unsur-unsur model dan hubungan antara berbagai unsur tersebut bergantung pada perspektif yang digunakan si pembuat model. Pandangan dari suatu perspektif akan menampilkan dimensi-dimensi tertentu, sementara pengamatan dari sudut pandang berbeda akan menyoroti aspek-aspek komunikasi yang berbeda dengan derajat yang berbeda pula. Model-model komunikasi tersebut pada dasarnya menekankan pada proses komunikasi, bahwa komunikasi adalah pengiriman pesan dari A ke B. Akibatnya perhatian utama mereka terpusat pada medium, saluran, pengirim, penerima, gangguan, dan umpan balik (*feedback*), dimana semua istilah-istilah tersebut terkait dengan proses pengiriman pesan.

Dalam kaitan dengan penelitian ini, model atau pola komunikasi yang dipergunakan sebagai acuan atau rujukan dalam menelaah fokus masalah penelitian mengacu pada model komunikasi Aristoteles dan model Berlo. Dua model komunikasi ini sedikit banyak dapat dipergunakan sebagai pendekatan dalam mengkaji atau menelaah fokus masalah penelitian ini, yaitu penerapan pola komunikasi persuasif guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa.

3. Komunikasi Persuasif

Sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi persuasif menurut Kenneth A. Anderson dalam bukunya *Introducing to Communication Theory and Practice*, mendefinisikan komunikasi persusif sebagai berikut:

“A process of interpersonal communication in which the communicator seek trough the use of symbols to affect the cognitions of a receiver and thus affect a voluntary shange in attitude or action desired by the communicator”.

Suatu proses komunikasi antar persona dimana komunikator berupaya dengan menggunakan lambang-lambang untuk mempengaruhi kognisi komunikan jadi secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan menjadi seperti yang diinginkan komunikator (Effendy, 2002:79).

Sedangkan menurut Joseph A. Illardo (dalam Effendy, 1992:32), komunikasi persuasif adalah proses komunikatif yang merubah kepercayaan, sikap, tujuan, atau perilaku orang lain dengan menggunakan pesan-pesan verbal atau kata-kata baik secara sengaja maupun tidak.

Komunikasi persuasif diartikan komunikasi yang mempengaruhi komunikannya dengan cara yang lebih halus yaitu membujuk atau merayu. Dalam komunikasi persuasif tidak dilakukan dengan paksaan dalam upayanya untuk mempengaruhi komunikan agar mengubah perilaku, opini, atau sikapnya. (Sunarjo, 1992:32).

Edwin P. Betting Hause (1996:27) dalam bukunya *Persuasive Communication*, mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai berikut:

“In order to be persuasive in nature, a communication situation must involve a conscious attempt by one individual to change the behavior of another individual or group of individuals through the transmission of some message”.

Agar bersifat persuasif suatu komunikasi persuasi harus mengandung upaya yang dilakukan oleh seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan (Effendy, 2002:80).

Kalau mengacu pada pendapat Myers, maka tujuan persuasi adalah salah satu dari lima tujuan komunikasi yang dikemukakannya. Myers menyebut tujuan komunikasi adalah mempengaruhi orang lain. Hal senada dinyatakan pula oleh Martin (Malik, 1993:187) bahwa tujuan komunikasi persuasif adalah untuk membujuk sasaran tertentu dan berusaha mendekati efektivitas sekalipun jarang tercapai.

Tujuan yang dikemukakan Myers serta Martin kiranya tergambar dalam model yang dikemukakan Harold D. Laswell yang menekankan pada persuasi. Pihak pengirim pesan pasti memiliki keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima. Karena itu, komunikasi harus dipandang sebagai upaya komunikasi. Setiap upaya menyampaikan pesan dianggap akan menghasilkan akibat baik positif maupun negatif (Sendjaja, 1999:60). Bahkan Kertapati (1981:30) dengan tegas menyatakan bahwa tujuan fundamental persuasi adalah untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tingkah laku seseorang ataupun sekelompok orang.

Jadi, tujuan persuasi disini identik dengan menginginkan efek tertentu atau akibat atau hasil yang terjadi pada khalayak sasaran. Menurut Sendjaja (1999:45), secara umum akibat atau hasil komunikasi ini dapat mencakup tiga aspek sebagai berikut (1) Aspek kognitif, yaitu menyangkut kesadaran dan pengetahuan.

Misalnya menjadi sadar atau ingat, menjadi tahu dan kenal; (2) Aspek afektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan atau emosi. Misalnya, sikap setuju atau tidak setuju, perasaan sedih, gembira, perasaan benci, dan menyukai; (3) Aspek konatif, yaitu menyangkut perilaku atau tindakan. Misalnya berbuat seperti apa yang disarankan, atau berbuat sesuatu tidak seperti yang disarankan (menentang) (Ritonga, 2005:14).

Dari beberapa pendapat para ahli tentang komunikasi persuasif tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah suatu tindakan atau perbuatan yang disengaja untuk menyampaikan pesan atau rangsangan yang bersifat membujuk secara halus oleh komunikator dalam upaya meyakinkan dan memperoleh respons komunikan (penerima pesan) seperti yang diinginkan komunikator.

a. Ciri-ciri Komunikasi Persuasif

Pesan persuasif menurut Littlejohn (2009:63) dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanipulasi disini bukanlah mengurangi atau menambah faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan.

Disini walaupun sasaran diajak untuk bersikap dan berperilaku tertentu bukanlah dimaksudkan mewujudkan kepentingan si penyampai tetapi juga untuk kepentingan sasaran itu sendiri.

Sementara sasaran pesan persuasif yang dimaksud adalah efek yang diharapkan dari kemasan pesan yang berisi fakta dan penjelasan mengenai fakta. Dampak atau pengaruh yang dimaksud ada tiga, yaitu pengetahuan, pemahaman,

dan perilaku. Mengenai ketiga efek ini, ada yang mengelompokannya ke dalam efek kognitif, afektif, dan konatif. Untuk efek yang terakhir ini, ada yang menyebutnya efek behavioral dan psikomotorik, yang artinya sama saja yaitu efek perilaku.

Jadi, makna pesan persuasif sangat luas dan kompleks. Banyak aspek yang harus dipenuhi hingga suatu pesan menjadi persuasif. Namun, secara sederhana suatu pesan dinilai persuasif bila berisi isi pesan, struktur pesan, dan format penyajian pesan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan khalayak sasaran (Ritonga, 2005:11).

Pengaruh pesan yang dimaksud Hoeta Soehoet dalam bahasan ini dibatasi pada kepersuasifan suatu pesan. Semakin besar daya pengaruh suatu pesan, semakin persuasif pesan tersebut. Agar daya pengaruh suatu pesan lebih persuasif, maka dalam mengemas pesan perlu memperhatikan dua hal, yaitu isi pesannya dan cara penyajiannya.

Isi pesan, yang dalam istilah Hoeta Soehoet (2002:35) adalah isi pernyataan, haruslah memperhatikan; materi, lambang komunikasi, etika, estetika, dan ras keadilan.

Struktur pesan berkaitan dengan pernyataan dimana informasi yang penting akan ditempatkan. Apakah akan ditempatkan di awal, tengah atau akhir. Pertimbangan penempatan pesan ini dimaksudkan untuk memudahkan khalayak memahami pesan yang akan dikomunikasikan (Ritonga, 2005:24).

b. Hambatan-hambatan Komunikasi Persuasif

Hambatan-hambatan yang terjadi terhadap komunikasi persuasif diantaranya adalah:

- 1) Gangguan mekanis: Hambatan berupa suara-suara yang disengaja atau tidak pada saat komunikasi berlangsung.
- 2) Gangguan Sematis: Hambatan berasal dari pemakaian kata-kata atau istilah yang menimbulkan salah paham.
- 3) Kepentingan (*Interest*): Hambatan yang menyangkut pada masalah kepentingan komunikan atau berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan komunikan.
- 4) Prasangka (*Prejudice*): Hambatan yang terjadi karena adanya komunikan yang memiliki prasangka negatif terhadap komunikator dan menentang komunikator yang hendak berkomunikasi. Hal ini disebabkan karena emosi komunikan tidak mampu berpikir secara subjektif terhadap segala gagasan atau pesan yang disampaikan oleh komunikator (Effendy, 1992:132).

c. Efek Komunikasi Persuasif

Sebagaimana dijelaskan oleh Azwar (1998:71) bahwa efek yang dihasilkan oleh komunikasi persuasif adalah sebagai berikut:

- 1) Komponen Kognitif: Berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi obyek sikap. Sekali kepercayaan itu terbentuk, maka ia akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan dari obyek tertentu.
- 2) Komponen Afektif: Menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Secara umum komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu.

- 3) **Komponen Konatif atau Perilaku:** Komponen ini menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan perilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan obyek sikap yang dihadapinya.

Ranah kognitif berkenaan dengan hasil belajar intelektual yang terdiri dari enam aspek, yakni pengetahuan atau ingatan, pemahaman, aplikasi, analisis, sintesis dan evaluasi.

Ranah afektif berkenaan dengan sikap dan nilai. Beberapa ahli mengatakan bahwa sikap seseorang dapat diramalkan perubahannya, bila seseorang telah memiliki tingkat kognitif yang tinggi. Penilaian hasil belajar afektif kurang mendapat perhatian dari guru. Para guru lebih banyak menilai ranah kognitif semata-mata. Tipe hasil belajar afektif tampak pada siswa dalam berbagai tingkah laku seperti perhatiannya pada pelajaran, disiplin, motivasi belajar, menghargai guru, dan teman sekelas, kebiasaan belajar, dan hubungan sosial.

Hasil belajar psikomotoris tampak dalam bentuk keterampilan dan kemampuan bertindak individu. Tipe hasil belajar ranah psikomotoris berkenaan dengan keterampilan atau kemampuan bertindak setelah ia menerima pengalaman belajar tertentu. Hasil belajar ini sebenarnya tahap lanjutan dari hasil belajar afektif yang baru tampak dalam kecenderungan-kecenderungan untuk berperilaku (Sudjana, 2005:23).

4. Evaluasi Keberhasilan Kegiatan Komunikasi

Menurut Hofied Cangara (2013:148), evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauhmana

keberhasilan suatu program komunikasi. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah.

Dari pendapat tersebut dalam kaitan dengan penelitian ini, evaluasi keberhasilan kegiatan komunikasi yang dimaksud adalah sejauhmana keberhasilan penerapan pola komunikasi persuasif yang dilakukan guru bimbingan dan konseling (BK) dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa, dalam hal ini pada siswa tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Malang yang mengalami permasalahan atau kesulitan dalam mengembangkan sikap dan kebiasaan belajar yang baik. Jadi evaluasi terhadap penerapan pola komunikasi persuasif tersebut lebih difokuskan atau ditekankan pada pencapaian tujuan dari program kegiatan layanan BK yang ditetapkan oleh guru BK di sekolah.

Efektifitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi. Evaluasi dapat dilakukan dengan dua cara, yakni evaluasi program dan evaluasi manajemen (Cangara, 2013:149).

Evaluasi program biasa disebut evaluasi sumatif (*summative evaluation*). Evaluasi ini memiliki fokus untuk melihat, yaitu: (1) sejauhmana tujuan akhir yang ingin dicapai (*goal*) dari suatu kegiatan, apakah terpenuhi atau tidak; dan (2) untuk melakukan modifikasi tujuan program dan strategi.

Sedangkan evaluasi manajemen biasa disebut evaluasi formatif (*formative evaluation*). Evaluasi ini memiliki fokus terhadap pencapaian operasional kegiatan, yaitu:

- a. Apakah hal-hal yang dilakukan masih dalam tataran rencana yang telah ditetapkan semula.

- b. Apakah pelaksanaan kegiatan berjalan lancar atau tidak.
- c. Apakah usaha yang dilakukan itu mengalami kemajuan atau tidak.
- d. Apakah ada hambatan atau kemacetan yang ditemui dalam operasional atau tidak.
- e. Bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut, apakah dengan cara memodifikasi langkah-langkah yang akan diambil, apakah mengurangi atau menambah komponen yang bisa memperlancar jalannya kegiatan (Cangara, 2013:149)

Jadi dengan melakukan evaluasi terhadap penerapan pola komunikasi persuasif guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa dapat mengukur keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, yaitu untuk mengetahui hasil proses komunikasi, apakah cukup efektif sesuai dengan tujuan yang diinginkan, apakah ada perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku pada target sasaran (siswa) sesuai dengan yang diinginkan, serta apakah ada hambatan dalam proses komunikasi. Berdasarkan evaluasi ini akan memberikan makna terhadap penerapan pola komunikasi persuasif.

5. Guru Bimbingan dan Konseling (BK)

a. Pengertian Guru Bimbingan dan Konseling (BK)

Guru Bimbingan dan Konseling adalah pendidik yang memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi konselor atau pengampu pelayanan ahli bimbingan dan konseling (BK), terutama dalam jalur pendidikan formal dan nonformal (Depdiknas, 2008:5)

Sedangkan yang dimaksud Bimbingan dan Konseling adalah pelayanan bantuan psiko-pendidikan dalam bingkai budaya untuk siswa, baik secara

perorangan maupun kelompok, agar mandiri dan berkembang secara optimal (Depdiknas, 2007:5).

b. Tujuan dan Fungsi Bimbingan dan Konseling (BK)

1) Tujuan

Tujuan Bimbingan dan Konseling adalah membantu terlaksananya penyelenggaraan program pendidikan dan pengajaran di sekolah, terutama dalam bidang kegiatan pelayanan Bimbingan dan Konseling dalam upaya tercapainya tujuan pendidikan nasional.

2) Fungsi

Fungsi Bimbingan dan Konseling di sekolah (Depdiknas, 2007:9), adalah meliputi:

a) Fungsi Pemahaman

Membantu siswa/klien memahami diri dan lingkungannya.

b) Fungsi Pencegahan

Membantu siswa/klien agar mampu mencegah atau menghindarkan diri dari berbagai permasalahan yang dapat menghambat perkembangan dirinya.

c) Fungsi Pengentasan

Membantu siswa/klien mengatasi masalah yang dialaminya.

d) Fungsi Pemeliharaan dan Pengembangan

Membantu siswa/klien memelihara dan menumbuhkembangkan berbagai potensi dan kondisi positif yang dimilikinya.

e) Fungsi Advokasi

Membantu siswa/klien memperoleh pembelaan atas diri dan/atau kepentingannya yang kurang mendapat perhatian.

c. Kegiatan Bimbingan dan Konseling di Sekolah

Layanan bimbingan dan konseling dilakukan melalui kontak langsung dengan siswa, dan secara langsung berkenaan dengan permasalahan ataupun kebutuhan tertentu yang dirasakan siswa. Kegiatan layanan itu difokuskan kepada salah satu atau beberapa kompetensi yang hendaknya dicapai/dikuasai siswa (Depdiknas, 2007:6-8). Layanan-layanan tersebut adalah:

- 1) Layanan Orientasi, merupakan layanan yang memungkinkan siswa memahami lingkungan baru, terutama lingkungan sekolah dan objek-objek yang dipelajari, untuk mempermudah dan memperlancar berperannya siswa di lingkungan yang baru itu.
- 2) Layanan Informasi, merupakan layanan yang memungkinkan siswa menerima dan memahami berbagai informasi (seperti informasi belajar, pergaulan, jabatan, pendidikan lanjutan).
- 3) Layanan Penempatan dan Penyaluran, merupakan layanan yang memungkinkan siswa memperoleh penempatan dan penyaluran yang tepat (misalnya penempatan dan penyaluran di dalam kelas, kelompok belajar, jurusan/program studi, program latihan, magang, kegiatan ko/ekstra kurikuler).
- 4) Layanan Pembelajaran, merupakan layanan yang memungkinkan siswa mengembangkan sikap dan kebiasaan belajar yang baik dalam menguasai materi belajar yang cocok dengan kecepatan dan kemampuan dirinya serta berbagai aspek tujuan dan kegiatan belajar lainnya.

- 5) Layanan Konseling Perorangan, merupakan layanan yang memungkinkan siswa mendapatkan layanan langsung tatap muka (secara perorangan) untuk mengentaskan permasalahan yang dideritanya dan perkembangan dirinya.
- 6) Layanan Bimbingan Kelompok, merupakan layanan yang memungkinkan sejumlah siswa secara bersama-sama melalui dinamika kelompok memperoleh bahan dan membahas pokok bahasan (topik) tertentu untuk menunjang pemahaman dan pengembangan kemampuan sosial, serta untuk pengambilan keputusan atau tindakan tertentu melalui dinamika kelompok.
- 7) Layanan Konseling Kelompok, merupakan layanan yang memungkinkan siswa (masing-masing anggota kelompok) memperoleh kesempatan untuk pembahasan dan pengentasan permasalahan pribadi melalui dinamika kelompok.

6. Motivasi Belajar

Untuk memperoleh pengertian yang obyektif tentang motivasi belajar diperlukan secara jelas pengertian motivasi belajar, sebagaimana diuraikan dibawah ini.

a. Pengertian Motivasi

Menurut Ratumanan (2002:72) “Motivasi adalah sebagai dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertindak laku”. Dimyati (1994:75) mengatakan bahwa “Motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia termasuk perilaku belajar”. Sedangkan motivasi belajar adalah “Keseluruhan daya penggerak psikis di dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar, menjamin kelangsungan kegiatan belajar dan memberikan arah pada kegiatan belajar itu demi mencapai suatu tujuan (Tadjab,

1994:102)''.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar memiliki 3 komponen:

- 1) Kebutuhan, kebutuhan terjadi bila individu merasa ada ketidakseimbangan antara apa yang dimiliki dari apa yang ia harapkan.
 - 2) Dorongan, merupakan kegiatan mental untuk melakukan suatu.
 - 3) Tujuan, tujuan adalah hal yang ingin dicapai oleh individu di sekolah.
- Seseorang yang mempunyai tujuan tertentu dalam melakukan suatu pekerjaan, maka ia akan melakukan pekerjaan tersebut dengan penuh semangat.

Besar kecilnya pengaruh motivasi belajar terhadap seseorang tergantung seberapa besar motivasi itu mampu membangkitkan motivasi seseorang untuk bertindak laku. Dengan motivasi yang besar, maka seseorang akan melakukan sesuatu pekerjaan dengan lebih memusatkan pada tujuan dan akan lebih intensif pada proses pengerjaannya. Dalam kegiatan belajar, motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak di dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan memberikan arah pada kegiatan belajar, sehingga tujuan yang dikehendaki oleh subyek belajar itu dapat tercapai.

b. Macam-macam Motivasi

Menurut Rusyan (1989:33) motivasi dibagi menjadi 2 yaitu:

- 1) Motivasi atas dasar rangsangan, yang dibedakan atas motivasi kebutuhan organik dan motivasi karena darurat kebutuhan organik meliputi, makan, minum, bernafas, dan sebagainya. Sedangkan motivasi karena darurat misalnya dorongan untuk mempertahankan hidup dari tantangan kehidupan.

- 2) Motivasi berdasarkan dari munculnya motivasi yang dibedakan atas motivasi bawaan dan motivasi yang dipelajari. Motivasi bawaan dibawa sejak lahir, misalnya dorongan untuk belajar. Sedangkan motivasi yang dipelajari, hal ini karena orang terpengaruh karena belajar, misalnya ingin pandai, ingin kedudukan dan sebagainya.

Sedangkan Suryabrata (1984:72) membagi motivasi menjadi 2 yaitu:

- 1) Motivasi ekstrinsik, yaitu motivasi yang berfungsi karena adanya rangsangan dari luar, seperti orang belajar giat karena diberi tahu bahwa sebentar lagi ada ujian.
- 2) Motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang berfungsi tidak usah dirangsang dari luar, misalnya orang gemar membaca tidak usah ada yang mendorongnya untuk membaca.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar pada dasarnya ada dua yaitu: motivasi yang datang sendiri dan motivasi yang ada karena adanya rangsangan dari luar. Kedua bentuk motivasi belajar ini sangat berpengaruh terhadap prestasi belajar.

c. Fungsi Motivasi

Setiap motivasi itu bertalian erat hubungan dengan tujuan atau suatu cita-cita, maka makin tinggi harga suatu tujuan itu, maka makin kuat motivasi seseorang untuk mencapai tujuan. Purwanto (1986:70) mengatakan bahwa guna motivasi yaitu ada 3 yaitu:

- 1) Motivasi itu mendorong manusia untuk berbuat atau bertindak. Motivasi ini berfungsi sebagai penggerak atau sebagai motor yang memberikan energi kepada seseorang untuk melakukan suatu tugas.

- 2) Motivasi itu menentukan arah perbuatan, yakni ke arah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita. Motivasi mencegah penyelewengan dari jalan yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan itu. Makin jelas tujuan itu, makin jelas pula terbentang jalan yang harus ditempuh.
- 3) Motivasi itu menyeleksi perbuatan kita, artinya menentukan perbuatan mana yang dilakukan, yang serasi, guna mencapai tujuan itu dengan mengenyampingkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan itu.

Menurut Sardiman (1990:85) motivasi juga berfungsi “sebagai pendorong usaha dan pencapaian prestasi. Seseorang melakukan suatu usaha karena adanya motivasi”. Adanya motivasi yang baik dalam belajar akan menunjukkan hasil yang baik pula. Dengan kata lain bahwa dengan adanya usaha yang tekun dan terutama didasari adanya motivasi, maka seseorang yang belajar itu akan dapat melahirkan prestasi yang baik. Intensitas motivasi belajar seorang siswa akan sangat menentukan tingkat pencapaian prestasi belajarnya.

d. Pengaruh Motivasi dalam Belajar

Perilaku belajar terdapat motivasi belajar. Motivasi belajar tersebut ada yang intrinsik dan ekstrinsik. Belajar dilakukan oleh setiap orang, baik anak-anak, orang dewasa, maupun orang tua dan berlangsung seumur hidup.

Dalam lembaga pendidikan motivasi merupakan salah satu penyebab keberhasilan anak didik dalam belajar. Dimiyati (1994:228) mengatakan bahwa proses belajar siswa dapat dipengaruhi oleh:

- 1) Faktor intern meliputi, sikap terhadap belajar, motivasi, konsentrasi, mengolah bahan ajar, rasa percaya diri, kemampuan berprestasi, menggali hasil belajar yang tersimpan.

- 2) Faktor ekstern meliputi: guru, sarana dan prasarana pembelajaran, kebijakan sekolah, lingkungan sekolah, kurikulum.

Dari uraian di atas, maka jelaslah bahwa motivasi merupakan penyebab keberhasilan peserta didik dalam belajar. Motivasi merupakan faktor linier (batin) berfungsi menimbulkan, mendasari, mengarahkan perbuatan belajar. Motivasi dapat menentukan baik tidaknya dalam mencapai tujuan sehingga besarnya motivasi akan semakin besar kesuksesan belajarnya. Seorang siswa yang besar motivasinya akan giat berusaha, tampak gigih dan tidak mau menyerah, giat membaca buku-buku untuk meningkatkan prestasinya untuk memecahkan masalahnya. Sebaliknya siswa yang motivasinya lemah tampak acuh tak acuh dan mudah putus asa, perhatian tidak tertuju pada pelajaran, suka mengganggu kelas, dan sering meninggalkan kelas akibatnya banyak mengalami kesulitan belajar.

Untuk mengetahui adanya motivasi yang ada pada siswa kita harus tahu hal-hal yang berpengaruh terhadap motivasi dalam belajar siswa. Dimyati (1994:69) merinci hal-hal yang berpengaruh terhadap motivasi ada 6, yaitu:

- 1) Cita-cita atau aspirasi siswa.
- 2) Kemampuan siswa
- 3) Kondisi siswa
- 4) Kondisi lingkungan
- 5) Unsur-unsur dinamis dalam belajar dan pembelajaran
- 6) Upaya guru dalam membelajarkan siswa

e. Cara Menumbuhkan Motivasi Belajar

Gagne dan Berlier (dalam Slameto, 1995:176-179) menyarankan sejumlah cara menumbuhkan motivasi belajar siswa, tanpa harus melakukan reorganisasi

kelas secara besar-besaran, yaitu:

1) Penggunaan pujian verbal

Penerimaan sosial yang mengikuti suatu tingkah laku yang diinginkan dapat menjadi alat yang cukup dapat dipercaya untuk mengubah prestasi dan tingkah laku akademis ke arah yang diinginkan. Kata-kata seperti ‘bagus’, ‘baik’, ‘pekerjaan yang baik’, yang diucapkan segera setelah siswa melakukan tingkah laku yang diinginkan atau mendekati tingkah laku yang diinginkan, merupakan pembangkit motivasi yang besar. Penerimaan sosial merupakan suatu penguat atau insentif yang relatif konsisten.

2) Penggunaan tes nilai secara bijaksana

Kenyataan bahwa tes dan nilai dipakai sebagai dasar berbagai hadiah sosial, (seperti penerimaan lingkungan, promosi, pekerjaan yang baik, uang yang lebih banyak dan sebagainya) menyebabkan tes dan nilai dapat menjadi suatu kekuatan untuk memotivasi siswa. Siswa belajar bahwa, ada keuntungan yang diasosiasikan dengan nilai yang tinggi, dengan demikian memberikan tes dan nilai mempunyai efek dalam memotivasi siswa untuk belajar. Tetapi tes dan nilai harus dipakai secara bijaksana, yaitu untuk memberikan informasi pada siswa dan untuk menilai penguasaan dan kemajuan siswa, bukan untuk menghukum atau membanding-bandingkannya dengan siswa lain. Penyalahgunaan tes dan nilai akan mengakibatkan menurunnya keinginan siswa untuk berusaha dengan baik.

3) Bangkitkan rasa ingin tahu siswa dan keinginannya untuk mengadakan eksplorasi. Dengan melontarkan pertanyaan atau masalah-masalah, pengajar dapat menimbulkan suatu konflik konseptual yang merangsang siswa untuk

bekerja. Motivasi akan berakhir bila konflik terpecahkan atau bila timbul rasa bosan untuk memecahkannya.

- 4) Untuk tetap mendapatkan perhatian, sekali-kali pengajar dapat melakukan hal-hal yang luar biasa, misalnya meminta siswa menyusun soal-soal tes, menceritakan problem guru dan belajar, dan sebagainya.
- 5) Merangsang hasrat siswa dengan jalan memberikan pada siswa sedikit contoh hadiah yang akan diterimanya bila ia berusaha untuk belajar. Berikan pada siswa penerimaan sosial, sehingga ia tahu apa yang dapat diperolehnya bila ia berusaha lebih lanjut. Dalam menerapkan hal ini pengajar perlu membuat urutan pengajaran, sehingga siswa dapat memperoleh sukses dalam tugas-tugas permulaan.
- 6) Agar siswa lebih muda memahami bahan pengajaran, pergunakan materi-materi yang sudah dikenal sebagai contoh.
- 7) Terapkan konsep-konsep atau prinsip-prinsip dalam konteks yang unik dan luar biasa, agar siswa jadi lebih terlibat.
- 8) Minta pada siswa untuk mempergunakan hal-hal yang sudah dipelajari sebelumnya. Hal ini menguatkan belajar yang lalu dan sekaligus menanamkan suatu pengharapan pada diri siswa bahwa apa yang sedang dipelajarinya sekarang juga berhubungan dengan pengajaran yang akan datang.
- 9) Pergunakan simulasi dan permainan.

Kedua hal ini akan memotivasi siswa, meningkatkan interaksi, menyajikan gambaran yang jelas mengenai situasi kehidupan sebenarnya, dan melibatkan siswa secara langsung dalam proses belajar.

- 10) Perkecil daya tarik sistem motivasi yang bertentangan. Kadang-kadang agar

diterima oleh teman-temannya, siswa melakukan hal-hal yang tidak diinginkan oleh pengajar. Dalam hal ini pengajar sebaiknya melibatkan pimpinan siswa dalam aktivitas yang berguna (seperti menyusun tes, mewakili sekolah dalam pameran ilmiah, dan sebagainya), sehingga teman-temannya akan meniru melakukan hal-hal yang positif.

11) Perkecil konsekuensi-konsekuensi yang tidak menyenangkan dari keterlibatan siswa, yaitu antara lain:

- a. kehilangan harga diri karena gagal memahami suatu gagasan atau memecahkan suatu permasalahan dengan tepat;
- b. ketidaknyamanan fisik, seperti duduk terlalu lama, mendengar dalam ruangan yang akustiknya buruk, melihat ke papan tulis yang terlalu jauh;
- c. frustrasi karena tidak mungkin mendapatkan penguatan (*reinforcement*);
- d. teguran guru bahwa siswa tidak mungkin mengerti sesuatu;
- e. harus berhenti di tengah-tengah aktivitas yang menarik;
- f. harus melakukan ujian yang materi dan gagasan-gagasannya belum pernah diajarkan;
- g. harus mempelajari materi yang terlalu sulit bagi tingkat kemampuannya;
- h. guru tidak melayani permintaan siswa akan pertolongan;
- i. harus melakukan tes yang pertanyaan-pertanyaan tidak dapat dimengerti atau yang soal-soalnya terlalu remeh;
- j. tidak mendapatkan umpan balik dari pengajar;
- k. harus belajar dengan kecepatan yang sama dengan siswa-siswa yang lebih pandai;

- l. harus bersaing dalam situasi dimana hanya beberapa orang siswa saja yang dapat sukses;
 - m. dikelompokkan bersama siswa-siswa yang kurang pandai dibandingkan dirinya;
 - n. harus duduk mendengarkan presentasi guru yang membosankan;
 - o. harus menghadapi pengajar yang tidak menaruh minat pada mata pelajaran yang diajarkannya;
 - p. harus bertingkah laku dengan cara yang lain dari pada tingkah laku model (pengajar atau pimpinan siswa).
- 12) Pengajar perlu memahami dan mengawasi suasana sosial di lingkungan sekolah, karena hal ini besar pengaruhnya atas diri siswa.
- 13) Pengajar perlu memahami hubungan kekuasaan antara guru dan siswa; seseorang akan dapat mempengaruhi motivasi orang lain bila ia memiliki suatu bentuk kekuasaan sosial.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Untuk memahami realitas pada kondisi obyek yang alamiah, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini lebih mempunyai perspektif emik, dengan pengertian bahwa data yang dikumpulkan diupayakan untuk dideskripsikan berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan, sehingga mengungkapkan apa yang telah dilakukan dan yang dialami berkaitan dengan penerapan pola komunikasi persuasif guru BK SMK Negeri 3 Malang dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi

Perhotelan. Oleh karena itu, peneliti harus menghindari adanya interpretasi terhadap deskripsi informasi atau sajian datanya yang berasal dari subjek penelitian.

2. Tipe dan Dasar Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka tipe penelitian ini adalah termasuk deskriptif. Menurut Robert K. Yin (2004:1), 'studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial, dimana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata'. Dilihat dari sisi obyek dan fokus penelitian ini, maka penelitian ini termasuk jenis studi kasus tunggal dan bukan multisitus.

3. Sumber Data

Sumber data adalah situasi sosial (*social situation*) tertentu yang menjadi subyek penelitian. Sedangkan subyek penelitian adalah benda, hal atau orang yang padanya melekat data tentang obyek penelitian (Satori & Komariah, 2013:48). Oleh karena itu subjek penelitian memiliki kedudukan sentral dalam penelitian, karena data tentang gejala atau masalah yang diteliti berada pada subyek penelitian. Satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subyek penelitian yang dipelajari disebut unit analisis atau unit elementer atau (elemen penelitian) (Satori & Komariah, 2013:49). Menurut Spradley (dalam Satori & Komariah, 2013:50), situasi sosial (*social situation*) ini terdiri dari tiga komponen pokok, yaitu tempat, pelaku, dan obyektivitas.

Berdasarkan pendapat Satori, Komariyah, dan Spreadley, maka sumber data yang menjadi subyek penelitian ini adalah siswa/konseli tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Malang yang mengalami masalah atau kesulitan dalam motivasi belajar, dan seorang guru BK/konselor yang diberi tugas oleh Kepala Sekolah untuk memberikan layanan bimbingan dan konseling pada siswa yang bersangkutan. Adapun jumlah siswa/konseli yang bermasalah tersebut adalah sebanyak 25 siswa (data dari guru BK pada tahun ajaran 2015/2016). 25 Siswa tersebut ditambah dengan 1 orang guru BK akan menjadi sumber data primer dalam penelitian ini.

Dengan demikian sumber data penelitian ini adalah meliputi: siswa/konseli, guru BK/konselor, Adapun data sekunder dalam penelitian ini meliputi bahan-bahan dokumentasi yang relevan dengan fokus atau tujuan penelitian dan aktivitas komunikasi persuasif dalam pelaksanaan layanan bimbingan belajar.

5. Instrumen Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada subyek dan kondisi yang alamiah (natural setting). Subyek yang alamiah adalah subyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti, dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada subyek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya dapat berupa draft wawancara, observasi maupun dokumentasi. Namun, peneliti hanya menggunakan draf wawancara dan dokumentasi dalam mengumpulkan data penelitian ini.

Sugiyono (2010:222) mengemukakan bahwa peneliti kualitatif sebagai “*human instrument*”, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan

sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

Oleh karena itu, kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif sangat penting terkait dengan aktivitas penelitian itu sendiri di lapangan. Jadi peneliti merupakan instrumen kunci dalam penelitian ini (*The researcher is the key instrumen*). Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada tahap “*grand tour question*”, tahap “*focused and selection*”, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan. Peneliti sendirilah yang menjadi instrumen utama atau instrumen kunci yang terjun ke lapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan data atau informasi yang diharapkan sesuai tujuan penelitian. Dengan demikian mempunyai adaptibilitas yang tinggi, jadi senantiasa dapat menyesuaikan diri dengan situasi yang berubah-ubah yang dihadapi dalam penelitian ini.

Dengan kehadiran peneliti sebagai instrumen kunci di lapangan tentu membawa konsekuensi pada diri peneliti, yaitu perlu menyediakan waktu yang cukup mulai dari awal hingga akhir penelitian, kurang lebih selama 6 (enam) bulan atau satu semester. Selain itu melakukan dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik, bersikap luwes dan berinteraksi secara positif dengan subyek penelitian atau informan, selalu menjaga etika sosial, bersikap obyektif atau menjaga netralitas, menjaga emosional diri dan menunjukkan kepercayaan diri yang tinggi, sehingga memungkinkan peneliti dapat mengumpulkan data atau informasi yang diharapkan.

Informasi yang atau data adalah bahan-bahan dasar (mentah) yang dikumpulkan peneliti dari latar penelitiannya. Data dapat meliputi bahan-bahan yang direkam secara aktif oleh peneliti, seperti catatan lapangan hasil pengamatan

dan angket. Menurut Sutopo (2003:112) bahwa data dalam penelitian kualitatif dapat berupa peristiwa atau aktivitas yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan, dan berbagai informasi yang diberikan seseorang atau catatan-catatan yang ada mengenai aktivitas tertentu. Sedangkan Suliyanto (2005:1) mengemukakan bahwa data berarti sesuatu yang diketahui atau dianggap, meskipun belum tentu benar. Data dapat digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan atau persoalan. Jadi, data merupakan bahan mentah dari informasi. Data yang telah diolah disebut informasi.

6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan datanya dalam penelitian ini adalah

- a. Wawancara. Metode ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada nara sumber dan informan. Dalam penelitian ini adalah 25 siswa konseli dan 1 orang guru BK.
- b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan tertulis ataupun dokumen tertulis dari informan, maupun dokumentasi lain. Pada penelitian ini data yang diambil adalah data yang berkaitan dengan penerapan pola persuasif dan data tentang profil sekolah dan guru BK. Selain data tersebut peneliti juga mengambil data berupa dokumentasi foto yang berkaitan dengan permasalahan tersebut di atas.

6. Keabsahan Data Penelitian

Menurut Lincoln dan Guba (dalam Kanto, 2006:57-63), ada empat kriteria utama guna menjamin keabsahan hasil penelitian kualitatif, yaitu:

- a. Standar kredibilitas, identik dengan validitas internal dalam penelitian kuantitatif.
- b. Standar transferabilitas, merupakan modifikasi validitas eksternal dalam penelitian kuantitatif. Hasil penelitian memenuhi standar ini jika pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran dan pemahaman yang jelas tentang konteks dan fokus penelitian.
- c. Standar dependabilitas, senada dengan standar reliabilitas, yakni adanya pengecekan ulang pada ketepatan atau konsistensi peneliti yang dilakukan pihak independen.
- d. Standar konfirmabilitas, lebih terfokus pada audit kualitas dan kepastian bahwa hasil penelitian berasal dari pengumpulan data di lapangan.

Pengecekan keabsahan data dengan empat kriteria di atas dapat dilakukan dengan menggunakan tiga teknik, yaitu:

- a. Perpanjangan keikutsertaan. Ini berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Dengan cara ini, peneliti memiliki cukup waktu dan akan benar-benar mengenal lingkungan, mengadakan hubungan baik dengan subyek penelitian, mengenal budaya dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat lokasi penelitian untuk mengecek benar tidaknya informasi yang di dapat. Dengan menerapkan teknik ini akan memungkinkan adanya peningkatan kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan. Lamanya perpanjangan waktu peneliti di lapangan untuk

mengecek benar tidaknya informasi atau data penelitian dimaksud adalah dua minggu sesuai dengan izin yang diperkenankan oleh kepala sekolah bersangkutan.

- b. Ketekunan pengamatan. Melakukan pengamatan secara cermat dan tepat, terinci serta mendalam terhadap obyek untuk mengecek kebenaran informasi yang diberikan oleh informan, seperti penerapan pola komunikasi guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa. Pengamatan ini akan menghindarkan peneliti dari penarikan teori atau kesimpulan terhadap fenomena yang terlalu awal. Keajegan peneliti mengamati aktifitas atau kegiatan komunikasi persuasif guru BK dalam upaya menumbuhkan motivasi belajar siswa.
- c. Triangulasi, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:
 - 1) Triangulasi dengan sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Ini berarti peneliti menggunakan beragam sumber data yang tersedia untuk mendapatkan data yang sejenis.
 - 2) Triangulasi metode, peneliti mengumpulkan data sejenis dengan menggunakan teknik yang berbeda.

Berdasarkan ketiga teknik di atas, maka langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data dalam penelitian ini, meliputi:

- a. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan kunci (*key informan*) sebagai sumber data. kunci ini adalah guru BK SMK Negeri 3 Malang.
- b. Selama periode penelitian, kehadiran peneliti di lapangan dilakukan secara maksimal. Langkah ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lengkap, terutama tentang aktivitas guru BK dalam menerapkan pola komunikasi persuasif untuk menumbuhkan motivasi belajar siswa di sekolah. Banyak kesempatan untuk melakukan triangulasi terhadap data yang diperoleh lewat pengamatan di kelas/di sekolah.
- c. Peneliti melakukan observasi (pengamatan) terhadap kondisi penerapan pola komunikasi persuasif yang dilakukan guru BK dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa atau yang berkaitan dengan fokus penelitian. Dengan langkah ini, peneliti mendapatkan data yang diperlukan secara rinci melalui pengamatan langsung di lapangan.
- d. Peneliti melakukan penelusuran yang sistematis terhadap dokumen atau arsip yang relevan yang tersedia di sekolah (lokasi penelitian). Dengan demikian data-data yang diperoleh dari analisis dokumen tentang penerapan pola komunikasi persuasif yang dilakukan oleh guru BK tersebut dapat digunakan sebagai bahan triangulasi dan melengkapi data dari hasil observasi (pengamatan).

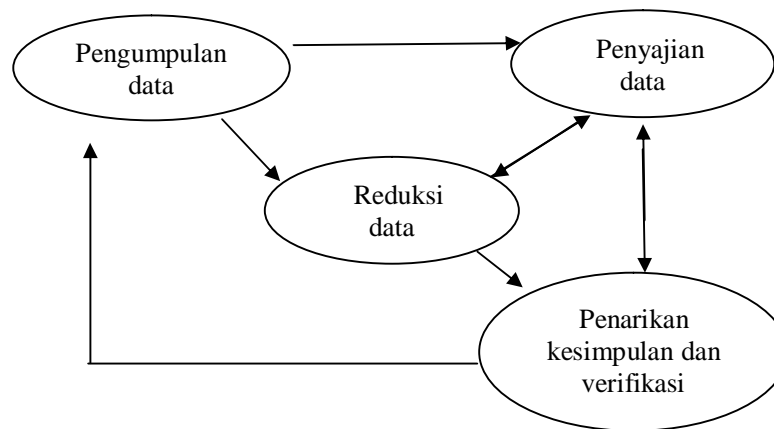
7. Analisis Data

Sebagaimana telah dikemukakan pada bagian sebelumnya bahwa tipe penelitian ini adalah studi kasus. Analisis data penelitian ini dilakukan peneliti selama di lapangan dan analisis setelah data terkumpul.

Proses analisis data dimulai menelaah seluruh data yang sudah terkumpul dari berbagai sumber, yaitu observasi dan dokumentasi yang telah ditulis peneliti dalam catatan lapangan. Diantara catatan lapangan ini kemudian dipilah dan dikelompokkan sesuai dengan fokus masalah yang diteliti sehingga memudahkan dan memungkinkan peneliti untuk melakukan tahapan analisis data berikutnya.

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan siklus model interaktif yang terdiri dari empat alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil yang diperoleh dari kegiatan analisis data adalah berupa sejumlah temuan yang bisa langsung disusun menjadi kesimpulan sementara. Namun data yang disajikan masih dalam bentuk data sementara untuk kepentingan peneliti dalam rangka memeriksa kredibilitas data atau temuan penelitian lebih lanjut secara cermat, sehingga memungkinkan peneliti menempuh tahapan yang ada atau kembali ke langkah sebelumnya. Dengan kata lain, memungkinkan peneliti melakukan pengumpulan data berikutnya yang kualitasnya lebih baik dari sebelumnya, kemudian melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi pada setiap sekolah yang dijadikan situs penelitian. Dengan demikian, peneliti dapat lebih memfokuskan data atau temuan penelitian yang relevan dengan tujuan penelitian, membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasikannya atau menyajikan sehingga dapat dirumuskan kesimpulan akhir penelitian.

Analisis data model interaktif tersebut, dapat digambarkan secara skematis dalam Gambar 1.10 berikut ini.



Gambar 1.10 Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif (Miles and Huberman, 1998:20).

Gambar di atas mengasumsikan bahwa penelitian kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang, terus-menerus.

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah dan sumber data yang telah diuraikan di atas.

b. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat diverifikasi.

Secara metodis, pengguna metode fenomenologi melakukan langkah-langkah reduksi dalam tiga tahap berupa: (1) reduksi fenomenologis, (2) reduksi eidetis, dan (3) reduksi transendental.

1) Reduksi fenomenologis bertujuan untuk memurnikan fenomena.

Dalam reduksi fenomenologis, peneliti melepaskan segala atribut seperti adat istiadat, jabatan, agama, dan pandangan ilmu pengetahuan, ketika berhadapan dengan fenomena terteliti. Dengan demikian akan didapatkan fenomena yang sebenarnya. Peneliti mentransformasi hasil pengamatan, dan wawancara, apa adanya, dalam bentuk catatan lapangan tanpa menarik suatu interpretasi. Data-data yang terkumpul itu selanjutnya dipilah sesuai dengan tujuan penelitian.

2) Reduksi eidetis, merupakan suatu tahap untuk memperoleh hakikat fenomena.

Pada reduksi eidetis, peneliti melakukan pengkategorisasian data, lalu menganalisis hubungan antar kategori tersebut, untuk selanjutnya mensintesis pola yang muncul. Dengan demikian, peneliti dapat menarik hakikat fenomena terteliti.

3) Reduksi transendental, yakni proses perolehan subyek murni.

Pada tahap ini, hakikat fenomena yang disintesiskan peneliti dikomunikasikan ke pihak subyek (pelaku) fenomena tersebut. Proses tersebut dimaksudkan untuk pemurnian makna fenomena terteliti. Maka makna penerapan pola komunikasi persuasif guru BK SMK Negeri 3 Malang dalam menumbuhkan motivasi belajar siswa atau peserta didik tingkat 10 Program Keahlian Akomodasi Perhotelan yang dideskripsikan bukanlah hasil interpretasi subjektif peneliti, tetapi merupakan makna yang sesungguhnya terkandung dalam fenomena tersebut.

c. Penyajian Data

Peneliti melakukan teknik tabulasi data untuk mengklasifikasikan data sesuai kategori yang telah ditentukan. Teknik ini akan menunjukkan pola

keterulangan data yang membantu peneliti mensintesis data. Penyajian data yang tertata dan sistematis juga memudahkan peneliti untuk mencermati kembali data yang terkumpul, lalu memutuskan tindakan reduksi data ataupun penggalian data yang lebih lengkap.

d. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ialah temuan-temuan penelitian yang diperoleh dari mensintesis hubungan antara kategori data. Kesimpulan sementara biasanya sudah bisa ditangkap peneliti pada saat kegiatan di lapangan masih berlangsung. Karena itu, proses verifikasi pun dapat dilakukan selama penelitian masih berlangsung. Dengan demikian, peneliti dapat melakukan kegiatan pengumpulan data lagi jika proses verifikasi ternyata tidak tepat atau tidak dapat menjawab permasalahan penelitian.

Proses verifikasi dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara:

- 1) Wawancara tidak terstruktur dengan pihak guru BK di sekolah tersebut untuk memverifikasi kesimpulan sementara peneliti terhadap data lapangan selama penelitian masih berlangsung, dan
- 2) Hasil kategorisasi dan sintesis data (ketika penelitian telah selesai) diverifikasi oleh salah seorang guru BK lain yang ada di lokasi penelitian.

Metode ini merupakan tahap reduksi transendental.

Setelah proses verifikasi terhadap data atau temuan penelitian dirasa cukup, dan diperoleh tingkat kredibilitas yang meyakinkan, maka pada tahap berikutnya adalah melakukan penarikan kesimpulan-kesimpulan sementara. Penarikan kesimpulan ini bersifat sementara dimana pada awalnya belum jelas, dan masih berpeluang untuk berubah sesuai kondisi yang berkembang di

lapangan. Setelah dilakukan reduksi data secara berulang dan diperoleh kesesuaian dengan penyajian data, barulah kesimpulan sementara tersebut disempurnakan, dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan akhir, sehingga termodifikasi proposisi-proposisi atau teori-teori yang selanjutnya disusun kesimpulan atau proposisi sebagai hasil penelitian.

Penarikan kesimpulan tersebut dimaksudkan adalah untuk memberi arti atau memaknai data yang diperoleh baik melalui observasi maupun dokumentasi berkaitan dengan fokus penelitian ini.

